

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт музыкального и художественного образования
Кафедра художественного образования

Калашников Илья Алексеевич

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ВИДЕОСТУДИИ В УСЛОВИЯХ
ВЫСОКОКОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ**

Диссертация на соискание академической степени магистра
Направление «44.04.01 – Педагогическое образование»
Магистерская программа – «Менеджмент в искусстве
и художественном образовании»

Допустить к защите
Зав. кафедрой

Н.Ю. Перевышина

«___» _____ 2016 г.

Магистрант

Научный руководитель:
кандидат педагогических
наук, доцент Самакаева М.Ю.

Екатеринбург 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ В ОБЛАСТИ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА.....	10
1.1. Стратегия развития малого предприятия: структурно-функциональный анализ.....	10
1.2. Комплексная сегментация рынка образовательных услуг в области видеоискусства.....	22
ГЛАВА II. ТЕХНОЛОГИЯ ВКЛЮЧЕНИЯ НАПРАВЛЕНИЯ «ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ» В СТРАТЕГИЮ РАЗВИТИЯ ВИДЕОСТУДИИ.....	35
2.1. Основные направления деятельности видеостудий.....	35
2.2. Условия осуществления образовательных услуг населению в рамках деятельности видеостудии.....	44
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	64
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	66
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	71

ВВЕДЕНИЕ

Видеосъемка в жизни современного человека стала его неотъемлемой частью, доступным способом передачи и сохранения достоверной, правдивой визуальной информации о происходящем. Она открывает новое представление о мире, форме движения, наделяя сознание человека возможностями мыслить кадром. Видеоролики и видеофильмы освещают события, становятся хроникой для сохранения истории, развлекают, отвлекают от обыденности, дают пищу для размышлений. Одним из примеров высокой популярности видеосъемки и монтажа, служит количество заявок на участие в XXVI конкурсе открытого фестиваля документального кино «Россия». В 2015 году их количество составило более 350, и лишь 39 из них попали в основную конкурсную программу. Основная часть не прошла критерий оценивания по качеству отснятого и смонтированного материала, обладала низкими техническими характеристиками, хоть и несла в себе серьезную смысловую нагрузку [38].

Кажется, совсем недавно видеокамера ассоциировалась с огромной увесистой черной коробкой и была доступна лишь киностудиям. Сейчас видеозаписывающее устройство присутствует в любом карманном гаджете, поэтому любому из нас не составляет большого труда снять пару любительских роликов. Однако съемка, производимая непрофессионалом в этой области, оказывается на крайне низком уровне. Часто встречаемые ошибки, совершаемые любителями – это плавающий фокус, не резкое изображение, так как при съемке с рук картинка нередко оказывается смазанной. Также отснятый материал не всегда подвергается монтажу, хранится в необработанном виде не пригодном к просмотру.

Практика показывает, что большинство населения, особенно молодежь, комплекс необходимых знаний, умений и навыков для любительской видеосъемки фактически получает самостоятельно с помощью технической документации к своему видеозаписывающему устройству.

Совершенствование мастерства в данном виде художественного творчества также происходит методом «проб и ошибок», так как образовательные услуги населению в области видеоискусства в рамках детских школ искусств, центров детского и юношеского творчества, а также просто видеостудий потребителям разных возрастных групп фактически не предоставляются. Поэтому в последнее время особую популярность приобретают проводимые мастер-классы, тренинги и онлайн уроки по монтажу и съемке от опытных видеооператоров из различных стран и городов. В связи с этим вопросы совершенствования собственных теоретических и практических знаний и умений для видеооператоров-любителей являются крайне **актуальными**.

В настоящее время в городе Екатеринбурге специалистов в области видеоиндустрии готовят в двух высших учебных заведениях – УрГПУ и РГППУ. В УрГПУ подготовка бакалавров осуществляется в рамках направления «44.06.01 – Педагогическое образование. Профиль: Экранные искусства в образовании» и направления «050301 – Народная художественная культура. Руководство любительской студией кино, фото и видеотворчества». В РГППУ подготовка бакалавров осуществляется в рамках направления «44.03.04 – Профессиональное обучение. Профиль: Декоративно-прикладное искусство» по дисциплине: «Видео-дизайн». Также на территории региона существует общегосударственный образовательный центр под названием: «Школа телевидения» (федеральная сеть), филиалы которой находятся в 18-ти городах России. В ней представлены различные программы по обучению: от начинающего до опытного видеооператора. Каждое из перечисленных учебных заведений по-своему уникально, но все они предлагают долгосрочное обучение на протяжении нескольких лет, краткого или ускоренного курсов обучения ни в одном из указанных учебных заведений не предусмотрено.

Таким образом, возникают следующие **противоречия**:

– между правом человека на все виды творческой деятельности, как на профессиональном, так и на любительском уровне, в соответствии со своими

интересами и потребностями в области видеоискусства, и фактическим отсутствием учреждений, предоставляющих данные образовательные услуги для потребителей различных возрастных групп в указанном виде искусства;

– между правом каждого человека на выбор форм и способов получения образовательных услуг в области видеоискусства и фактическим отсутствием учреждений, предоставляющих данные услуги населению;

– между наличием у видеостудий возможностей оказания образовательных услуг населению и отсутствием данного направления в стратегическом планировании деятельности данных малых предприятий.

Исходя из этого, встает вопрос о возможности оказания аналогичных образовательных услуг в условиях обычных видеостудий, которым такой род предпринимательской деятельности позволит активно развиваться в высококонкурентной среде.

Обозначенные выше противоречия позволяют сформулировать **проблему** исследования, заключающуюся в научном обосновании возможности включения образовательных услуг в области видеоискусства в стратегический план развития видеостудий в условиях высококонкурентной среды.

В теории менеджмента понятие «стратегия развития предприятия» входит в понятийный аппарат событийного маркетинга и является его основным рабочим элементом. Вопросы стратегического планирования деятельности организации достаточно подробно раскрыты в работах О.С. Виханского, В.Я. Горфинкеля, И.Ю. Куприяновой, М.М. Максимцова, А.И. Наумова, однако, рекомендации данных ученых в основном предназначены для крупных предприятий и фирм. Подобных рекомендаций по стратегии развития малых предприятий, занимающихся предоставлением услуг населению в области культуры и искусства, в том числе и образовательных услуг в области видеоискусства, фактически нет.

Таким образом, выявленные противоречия и сформулированная проблема обусловили выбор темы исследования: **«Стратегия развития видеостудии в условиях высококонкурентной среды».**

Цель исследования – выявить и теоретически обосновать условия предоставления видеостудиями возможных образовательных услуг в области видеоискусства потребителям разных возрастных групп.

Объект исследования – стратегия развития видеостудии в условиях высококонкурентной среды.

Предмет исследования – условия предоставления видеостудиями возможных образовательных услуг в области видеоискусства потребителям разных возрастных групп.

Гипотеза исследования – развитие видеостудии в условиях высококонкурентной среды будет осуществляться более успешно, если

- стратегия ее развития будет осуществляться в соответствии со сложившимися в менеджменте подходами реализации данного направления деятельности малых предприятий;

- в стратегическом плане развития видеостудии будет предусмотрено направление деятельности по предоставлению населению образовательных услуг в области видеоискусства;

- будут выявлены и обоснованы условия предоставления видеостудиями возможных образовательных услуг в области видеоискусства потребителям разных возрастных групп, позволяющие успешно осуществлять данное направление деятельности малого предприятия.

Для достижения цели и задач исследования использовался комплекс **методов:**

- *теоретических:* анализ литературы по проблеме исследования, изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность малых предприятий сферы услуг населению, статистическая обработка результатов исследования, ранжирование, качественный и количественный анализ экспертных данных; обобщение научных авторских позиций по

рассмотрению понятий «стратегия развития малого предприятия» и «высококонкурентная среда»;

– *эмпирических*: опрос, наблюдение, обобщение имеющегося опыта предоставления образовательных услуг населению в области видеоискусства малыми предприятиями сферы услуг.

Задачи исследования:

1. Осуществить анализ научной литературы по теме исследования с целью уточнения содержания понятий «стратегия», «стратегия развития предприятия» применительно к деятельности видеостудии.

2. Осуществить анализ существующих стратегий развития различных предприятий по оказанию услуг населению в сфере искусства.

3. Выявить условия предоставления видеостудиями возможных образовательных услуг в области видеоискусства потребителям разных возрастных групп, способствующие успешному осуществлению данного направления деятельности малого предприятия.

4. Разработать методические рекомендации по оказанию видеостудиями образовательных услуг в области видеоискусства потребителям разных возрастных групп.

Теоретико-методологическую основу исследования составили:

– основные положения теории управления организацией (В.В. Ермаков, Г.Р. Латфуллина, В.В. Репин, К.М. Ушаков, П.В. Шеметов и др.);

– основные положения теории менеджмента малого бизнеса (В.Я. Горфинкел, М.М. Максимцов и др.);

– основные положения теории маркетинга в сфере культуры (Д.Л. Зрелых, В.И. Слободчиков, Г.Л. Тульчинский и др.);

– основные положения теории маркетинга и маркетинговых коммуникаций (Д. Аакер, У.Ф. Арене, М.Ф. Вейголд, Х. Кафтанджиев, Ф. Котлер, А.К. Нордстрем, Х. Прингл, Й. Риддерстрале, М. Томсон, Д. Траут);

– отдельные работы, рассматривающие вопросы организации образовательных услуг населению в области видеоискусства.

Диссертационная работа выполнена на основе аналитического, системного и процессного подходов к изучению объекта и предмета исследования с использованием систематизации данных.

Научная новизна исследования.

1. Установлено: доступность видеотехники все больше привлекает современную молодежь к видеоискусству, поэтому в настоящее время достаточно велик интерес у школьников и студентов к получению базовых профессиональных знаний в этой области художественного творчества через систему краткосрочных учебных курсов.

2. Выявлено отсутствие в перечне оказываемых услуг видеостудиями населению образовательных программ в области видеоискусства.

3. Выявлены и обоснованы условия осуществления образовательных услуг в области видеоискусства: изучение сегментации рынка, изучение спроса на данный вид услуг, наличие необходимой материально-технической базы, создание учебных программ, определение стоимости учебного курса, позволяющие видеостудии успешно развиваться в обстановке высококонкурентной среды.

Теоретическая значимость работы выражается в уточнении содержания понятий «стратегия», «стратегия развития предприятия» «образовательные услуги в области видеоискусства» применительно к деятельности видеостудии; осуществлена сегментация рынка видеоуслуг населению в г. Екатеринбурге.

Практическая значимость диссертационной работы заключается в разработке:

– методических рекомендаций по оказанию видеостудиями образовательных услуг в области видеоискусства потребителям разных возрастных групп;

- учебных программ для учащихся 5 – 9 классов (три месяца обучения) и 10 – 11 классов, студентов колледжей и вузов (четыре месяца обучения);
- сметы расходов по организации образовательных услуг населению в области видеоискусства.

Апробация материалов исследования осуществлялась в процессе опубликования научных статей: «Образовательная деятельность видеостудии в условиях высококонкурентной среды» // Педагогика и психология: Методика и проблемы практического применения: сборник материалов I Международной научно-практической конференции; под общ. ред. С.С. Чернова. Новосибирск: ЦРНС, 2016; «Развитие видеостудии в условиях конкурентной среды» // Музыкальное и художественное образование детей и юношества: проблемы и поиски: материалы девятой всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, соискателей, магистрантов и студентов 23-24 апреля 2016 г., УрГПУ; г. Екатеринбург, 2016.

Магистерская диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложения.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ В ОБЛАСТИ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

1.1. Стратегия развития малого предприятия: структурно- функциональный анализ

К одному из важнейших экономических направлений в области предпринимательской деятельности относятся малые предприятия. Предпринимательская деятельность – это инициативная, самостоятельно осуществляемая деятельность гражданина, направленная на получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, осуществляемая от своего имени или от имени юридического лица [6].

Основная особенность малого предпринимательства от среднего и крупного бизнеса, заключается в наличие небольшого штата сотрудников – до пятнадцати человек в организации. Регистрируется оно как общество с ограниченной ответственностью или как индивидуальный предприниматель. Получает поддержку на государственном уровне. В нашей стране область малых предприятий относят также к микропредприятиям, микробизнесу.

В современной научно-справочной литературе понятие «стратегия» (от греч. *strategia* < *stratos* войско + *ago* веду) трактуется как «наука о ведении войны, искусство ведения войны», и «как искусство руководства общественной и политической деятельностью» [11, с. 391].

Под понятием стратегия в менеджменте понимают, организационные действия, используемые для достижения организационных задач и целей организации.

Альфред Чандлер – американский экономист, автор одной из первых работ в области стратегического планирования – рассматривает стратегию

как «определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий, распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей», подчеркивая сущность стратегического процесса планирования и управления [Цит. по 19. с. 13].

Российские экономисты О.С. Виханский и А.И. Наумова в учебном пособии «Менеджмент», выделяют четыре базовых стратегии развития малого предприятия: стратегия ограниченного роста, стратегия роста, стратегия сокращения, комбинированного роста.

При стратегии ограниченного роста цели развития устанавливаются «от достигнутого» и корректируются в соответствии с изменяющимися условиями. По мнению специалистов в области менеджмента, это самый простой, удобный и наименее рискованный способ действия. Его выбирают фирмы в сложившихся сферах деятельности со стабильной технологией.

В основе успешной стратегии должно лежать создание и использование конкурентных преимуществ. Это может быть и способность продавать продукцию по низким ценам, и обеспечение высокого качества продукции, и комплекс сервисных услуг, и выгодное местоположение фирмы или ее филиалов. Перечисленное означает, что стратегия должна не только поддерживать имеющиеся конкурентные преимущества, но и инициировать новые.

Стратегия роста характеризуется динамичным уровнем развития с быстро меняющейся технологией. Этой стратегии придерживаются компании, стремящиеся к высоким темпам экономического роста. Данная стратегия включает:

- стратегию концентрированного роста (усиление позиций на рынке, развитие рынка, развитие продукта);
- стратегию интегрированного роста (приобретение собственности, внутреннее расширение);
- стратегию диверсифицированного роста (производство новых продуктов).

Стратегия сокращения – целенаправленное и сбалансированное сокращение малого бизнеса в связи с изменениями на рынке, в экономике в целом и т. п. В рамках данной стратегии имеются варианты ликвидации, сокращения и переориентации.

Комбинированная стратегия выступает целесообразным сочетанием всех рассмотренных выше базовых стратегий. Данной стратегии придерживаются, как правило, крупные фирмы, функционирующие в нескольких отраслях [13].

Чтобы сформировать стратегию развития, цели и задачи предприятия должны превратиться в концепцию, то есть вся деятельность организации должна быть направлена на результат, цели привязаны к времени и ресурсам, дополнять друг друга и эффективно сочетаться. Многочисленные стратегии, которые применяют фирмы, являются лишь модификациями базовых стратегий, так как каждая из них по-своему эффективна.

По мнению доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой менеджмента ВЗФЭИ М.М. Максимцова, при определении стратегических альтернатив фирмы ключевыми являются две проблемы:

- определение возможностей для формирования стратегии, наличие ограничений в улучшении принятой стратегии и возможное пространство для коренного изменения стратегии;
- определение стратегии, которая позволит создать существенные конкурентные преимущества.

Определение стратегии организации происходит на основании определенных критериев, задача изучения которых закреплена непосредственно перед руководителем организации.

Применение стратегии, влечет за собой комплекс изменений в структуре организации, без которых невыполнимо достижение эффективного результата в развитии компании. Основой реализации стратегии является преобразование, под которым принято понимать решение руководства внести изменения в состав внутренних составляющих организации, относящихся к

целям и задачам, технологии и структуре, человеческому фактору. Автор считает, что все это может быть вызвано реформацией во внешней и внутренней среде [14].

Важным в процессе стратегического управления является определение приоритетов развития фирмы, на которые будут направлены ее главные усилия и ресурсы. Приоритеты могут касаться выделения привлекательных рыночных секторов, продукции, организационных построений и др.

Согласно учебнику М.М. Максимцова и В.Я. Горфинкеля «Менеджмент малого бизнеса» (2007), стратегии развития могут быть структурированы следующим образом:

- *корпоративные*: стратегии, являющиеся общими для всех подразделений фирмы;
- *стратегии бизнеса*: по направлениям деятельности организации;
- *функциональные*: стратегии развития отдельных сторон деятельности организации (маркетинга, научных исследований, персонала и др.).

По мнению ученых, на выбор стратегии влияют следующие факторы:

- ценности, которыми руководствуются при принятии стратегии высшие менеджеры организации;
- характер целей, которые ставит перед собой фирма;
- состояние и предсказуемость внешней среды;
- уровень риска, на который может пойти руководство фирмы при реализации ее стратегии;
- потенциал фирмы, ее внутренняя структура, сильные и слабые стороны;
- опыт реализации прошлых стратегий;
- фактор времени.

Процесс выбора стратегии состоит из следующих этапов:

- *разработка стратегий*, позволяющих достичь поставленных целей, при этом желательно предложить и разработать, возможно, большее число альтернативных стратегий;
- *анализ и оценка*: анализ альтернатив в рамках выбранной общей стратегии и их оценка по степени пригодности для достижения главных целей фирмы;
- *корректировка* общей стратегии и разработка поддерживающих стратегий [13].

Кроме того, реализация стратегии фирмы зависит от эффективности системы стратегических изменений, главными из которых являются изменения в организационной структуре и организационной культуре. Для плодотворного развития организации, ее руководство должно периодически вносить корректировки в формирование стратегических целей и задач в соответствии с изменениями самой организации и внешней среды.

М.М. Максимцов выделяет три уровня стратегических изменений в организации:

- *коренная реорганизация* — необходимость в ней возникает, когда, например, фирма покидает одну отрасль и переходит в другую. При этом меняются миссия организации, номенклатура ее продукции и рынки сбыта, происходят изменения в технологии, составе ресурсов. При коренной реорганизации у руководства фирмы возникают наибольшие трудности с реализацией стратегии;
- *радикальные изменения* — изменения, как правило, связаны с глубокими структурными преобразованиями внутри организации, обусловленными разделением или слиянием с другой аналогичной организацией. Объединение разных коллективов, появление новых продуктов, структурных подразделений вызывает необходимость проведения изменений в организационной структуре и соответствующей корректировки организационной культуры;

- *умеренные изменения* — наиболее часто встречающиеся стратегические изменения. Необходимость в них возникает всякий раз, когда организация выводит новый продукт на освоенный или новый рынок. Изменения, как правило, связаны с маркетингом и организацией производства. Так как основные усилия фирма направляет на привлечение внимания покупателей к новому товару, ведется активный поиск новых каналов сбыта и разъяснительная реклама [13].

Управление организационными изменениями может включать ряд этапов:

- *давление и побуждение* — руководство фирм должно осознать необходимость изменений под давлением таких внешних факторов, как возросшая конкуренция, изменения в экономике, появление новых нормативных актов или внутренних факторов (снижение производительности, возросшие затраты, высокая текучесть кадров, большое число жалоб работников);

- *посредничество и переориентация внимания* — может возникнуть необходимость в посреднических услугах, которые должны привести к переориентации высшего руководства на внутренние проблемы;

- *диагностика и осознание* — руководство фирмы собирает информацию, определяет причины возникновения проблем. Определение области проблемы ведет к осознанию конкретных проблем;

- *нахождение нового решения* и разработка мер по его исполнению,

- *эксперимент и выявление* — обычно организация проводит испытания планируемых изменений, выявляя скрытые трудности, прежде чем внедрять новшества в крупных масштабах;

- *подкрепление и согласие* — основываясь на положительных результатах, организация принимает новые методы. Возникает необходимость в мотивации людей, чтобы они приняли изменения.

Основные методы, с помощью которых можно уменьшить или устранить сопротивление изменениям, состоят в следующем:

- *образование и передача информации* — подразумевается открытое обсуждение идей и мероприятий, что поможет сотрудникам убедиться в необходимости перемен до того, как они будут проведены;
- *привлечение подчиненных к принятию решений* — дает возможность сотрудникам, которые могут оказать сопротивление изменениям, свободно выразить свое отношение к новшествам;
- *облегчение и поддержка* — средства, с помощью которых сотрудники легче вписываются в новую обстановку. Возможна дополнительная профессиональная подготовка и повышение квалификации сотрудников, чтобы они могли отвечать новым требованиям;
- *материальное и моральное стимулирование* — включает повышение оплаты труда, обязательство не увольнять сотрудников и т.п.;
- *кооптация* — означает предоставление лицу, которое оказывает сопротивление изменениям, ведущей роли в принятии решений о введении новшеств;
- *маневрирование* — выборочное использование информации, предоставляемой работникам, составление четкого графика мероприятий;
- *поэтапность преобразований* — дает возможность постепенного привыкания к новым условиям;
- *принуждение* — угроза лишить работы или продвижения по службе, повышения профессиональной квалификации и заработной платы, назначения на новую должность.

Однако все эти методы возможны и эффективны только на крупных предприятиях [13].

Теоретические положения научных работ зарубежных ученых И. Ансоффа, Г. Минцберга, Г. Стейнера, А. Чандлера, К. Эндрюса и др., а также отечественных экономистов Т.А. Зуба, М.М. Максимцова, А.Н. Петрова, явились основой многих диссертационных исследования по

проблеме стратегии развития малых предприятий в России. Однако большинство из них рассматривают эту проблему в области промышленности, предпринимательства, торговли, сферы бытовых услуг населению. Применительно к образованию можно назвать только работы А.П. Панкрухина, чьей областью исследования стал маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании.

Несмотря на то, что стратегия развития малого предприятия, строится на общих принятых принципах менеджмента, она имеет свою специфику. На этом этапе определяются позиции предприятия на рынке, выявляются стратегические задачи, альтернативные способы (стратегии) их решения. Чтобы стать стратегией, этот набор проблем и задач должен превратиться в систему: все мероприятия должны быть ориентированы на долговременные цели, увязаны по ресурсам и времени, а также должны эффективно сочетаться и дополнять друг друга с точки зрения задач структурных подразделений фирмы.

Вместе с определением общей, корпоративной стратегии происходит разработка поддерживающих ее стратегий бизнеса и функциональных стратегий.

Выбор стратегии развития фирмы неразрывно связан с такими понятиями стратегического управления, как потенциал фирмы и ее конкурентоспособность.

Потенциал фирмы представляет собой совокупность ее возможностей по выпуску продукции и оказанию услуг и включает внутренние переменные и управленческий потенциал. Возможности организации предопределены ее ресурсами (факторами производства), находящимися в ее распоряжении. В рыночной экономике потенциал организации зависит как от внутренних факторов, так и от потребительского спроса, действий конкурентов, экономической ситуации в стране и др.

Конкурентоспособность организации доказывает ее эффективное влияние на фирмы конкурентов и рынок сбыта. Данный показатель является

относительной характеристикой, определяемой объектом сравнения. Факторами, определяющими конкурентоспособность, принято считать потенциал (ресурсный и инновационный), осмысленный выбор стратегии, возможности ее руководства, финансовые результаты.

Основные аспекты предпринимательской деятельности при организации малого предприятия представлены в работе И.Ю. Куприяновой и О.Л. Морозовой «О тактике и стратегии малого бизнеса». Рассмотрим из них наиболее важные при организации малого предприятия.

Необходимость сконцентрироваться на определении своей ниши. Малому предприятию необходимо найти достаточно маленький сегмент рынка (небольшой территориально, по объемам сбыта или в любом другом отношении), так как на этом участке можно быть лучше других и получать большую прибыль. Кроме того, чтобы достичь где-то превосходства можно уменьшить область деятельности. Как правило, этого можно достичь территориально, так как практически любой товар или услугу, известную и распространяемую в национальном масштабе, можно выпускать в пределах определенной местности, с национальными особенностями, в максимально дорогом или максимально дешевом варианте.

Другой тактикой является выход на определенные слои населения, то есть на сегменты, отличающиеся определенным возрастом, доходом, родом занятий и так далее. Также возможна концентрация на какой-то одной отрасли, продажи никогда не становятся достаточно большими, чтобы привлечь более крупных предпринимателей из той же отрасли.

Таким образом, малому предприятию необходимо сконцентрироваться на нише или сегменте рынка, который оно могло бы защитить от лидера отрасли. Превосходство, пусть даже на самом маленьком рынке, может дать необходимое предприятию доверие.

Следующим важным моментом является определение количества персонала в компании. В типичной большой компании более половины людей занимаются тем, что оказывают услуги другим работникам, а

настоящее дело с реальными конкурентами имеет лишь малая часть корпоративной команды. В малых предприятиях как можно больший процент их работников должен находиться в центре событий. По возможности у них должны быть только «линейные работники», что позволяет резко повысить скорость реакции предприятия на рыночные изменения.

К особенностям малых предприятий можно отнести следующее:

– благодаря своим небольшим размерам предприятие может гораздо быстрее принимать решения, при этом очень большая ответственность ложится на руководство малого предприятия, особенно, если идет конкуренция с большими компаниями национального масштаба;

– указанная гибкость малого предприятия должна помогать в быстром переходе на новый рынок, если появляется привлекательная возможность, и в готовности бросить продукт, если нет лишних ресурсов, чтобы тратить их на заведомо проигрышный вариант.

Другим аспектом деятельности для малого предприятия является создание союзников из ряда бывших конкурентов. Это можно применять во многих отраслях, и особенно там, где основную массу конкурентов составляют местные предприятия. Для этого нужно сначала определить своих конкурентов, а затем объединить свои силы и пропагандировать привлекательность общей деятельности, перенеся акцент на конкуренцию в другую область, например, предприятия соседних регионов [12].

На данный момент существует несколько видов стратегий для ведения разных форм малого бизнеса. Для организации же видеостудии наиболее выигрышным является применение стратегии роста: она характеризуется динамичным уровнем развития с быстро меняющейся технологией. Этой стратегии придерживаются компании, стремящиеся к высоким темпам экономического роста. Данная стратегия включает:

- стратегию концентрированного роста (усиление позиций на рынке, развитие рынка, развитие продукта);

- стратегию интегрированного роста (приобретение собственности, внутреннее расширение);
- стратегию диверсифицированного роста (производство новых продуктов) [14].

Для привлечения внимания клиентов, а также при формировании и поддержке интереса к организации, применяют маркетинговый вид коммуникации в форме рекламы. В настоящее время существует огромное множество вариантов прорекламировать свой бизнес. Идеальным способом для этого является интернет, а если точнее социальные сети, где присутствует возможность охвата целевой аудитории в различных социальных группах. Также социальные сети дают возможность представления вниманию клиентов готового результата работ в формате онлайн просмотра, и самое главное – это низкая стоимость подачи рекламных объявлений. Проведение постоянных рекламных акций и скидок с розыгрышами сертификатов на оказываемый спектр услуги также привлечет новых клиентов, позволит расти и развиваться видеостудии.

На территории Российской Федерации существуют различные формы образования и ведения предпринимательской деятельности, наиболее распространенные из них это через образование общества с ограниченной ответственностью и регистрация в качестве индивидуального предпринимателя. Благоприятной формой регистрации и ведения бизнеса для нашего рода деятельности является ООО. Так как в ней существует два вида систем налогообложения: общая и упрощенная. На общей системе налогообложения ООО платят следующие налоги: НДС – 18%, налог на прибыль – 20%, налог на имущество организаций – 2,2% (либо с кадастровой стоимости, если она установлена по ставке 1,7% в 2015 году), НДФЛ (налог на доходы физических лиц) – 13%.

Применение упрощенной системы позволяет не платить налог на получаемую прибыль организаций. Вместо этих налогов ООО по упрощенной системе платит на выбор: либо 6% от выручки, либо 15% от

прибыли (доходы минус расходы). Если же юридическое лицо деятельность не проводит – уплата налогов по УСН не производится [22].

В связи с этим, при регистрации необходимо подать заявление в налоговую инспекцию, с указанием о применении упрощенной системы налогообложения, поскольку данный вид налогообложения позволяет упростить систему уплаты налогов для субъектов малого и среднего бизнеса.

Таким образом, учитывая тот факт, что дальнейшая деятельность малого предприятия (видеостудии) предполагает получение товарного знака организацией, получение инвестирования со стороны других компаний и последующее расширение спектра оказываемых услуг, можно считать форму образования бизнеса через регистрацию ООО, как наиболее благоприятную в данной сфере [16].

Одним из важнейших аспектов ведения бизнеса является выбор местоположение организации. Для начинающих предпринимателей, учитывая их минимальные финансовые возможности, приоритетным способом подбора помещения является институт аренды. Согласно Гражданскому кодексу РФ в силу договора аренды, арендодатель обязуется за плату предоставить во временное пользование и владение арендатору помещение. Правом сдачи в аренду помещений обладают собственники недвижимого имущества или же уполномоченные им лица.

Видеостудия является малым предприятием, для которого наиболее удобной формой является регистрация в виде общества с ограниченной ответственностью.

Необходимо отметить, что одним из ключевых моментов является местоположение будущего объекта. Так, при выборе помещений важно учесть высокую инфраструктуру местоположения, близкое расположение к государственным и муниципальным учреждениям (школы и центры детского творчества), а также его нахождение в центральной части населенного пункта.

1.2. Комплексная сегментация рынка образовательных услуг в области видеоискусства

Видео является доступным и широко распространённым средством передачи информации, применяющимся в современном мире и выполняющим множество различных предназначений. Сам понятие «видео» включает в себя широкий технологический процесс. В него входит: запись и обработка материала, его передача и хранение, воспроизведение на мониторах и экранах, и других средствах отображения динамичной картинки.

Видео необычайно информативная технология, позволяющая фиксировать мысли, идеи и опыт человека. Также видео применяется на телевидении, став основой для тележурналистики всего земного шара. Его используют для телерепортажей, прямых эфиров и телепередач. Кроме того, видео технологии используются для создания визуальных эффектов с помощью компьютерной графики. В настоящее время видео нашло широко применение в быту, так как современные средства сохранения и сбора информации обладают видеокамерой, что позволяет осуществлять функции видеозаписи.

Видеоискусство (видео арт) – это одно из направлений в изобразительном и медиа искусстве, получившее свое развитие в последней трети XX века [51].

В современной научной литературе под понятием «видео арт» подразумевают жанр современного искусства, произведения которого создаются на основе технологии видео и представляют собой видеофильмы. Данное направление в художественном творчестве крайне актуально. В то же время оно сравнительно новое и сейчас переживает стремительный период развития.

Период становления данного жанра в нашей стране пришелся на 90-е годы XX века, когда начинала формироваться структура художественных

институций, в задачи которых входила поддержка видеоискусства России. В настоящее время вопросами развития медиаискусства занимаются такие организации как МедиаАртЛаб, Государственный центр современного искусства, TV Галерея. Также помощь видеоискусству оказывают Русский музей и Государственная Третьяковская галерея, периодически проводя выставки с демонстрацией видеоматериалов.

Техническая доступность видеосъемки сегодня предоставляет возможность каждому человеку стать видеохудожником. Но для достижения качественного результата необходимо обладать основными навыками и умениями обращения с фото/видео камерой, соблюдать законы съемки и монтажа готового материала. Все это позволит автору видеороликов содержательно донести до зрителя качественную информацию различного уровня, раскрыть свой творческий потенциал. Однако практика показывает, что для создания качественного результата даже опытные видеооператоры часто прибегают к услугам видеостудий.

Видеостудия – это малое предприятие сферы услуг населению, оказывающее помощь при сборе, подготовке и передаче видеoinформации. В данный момент на территории Муниципального образования город Екатеринбург, услуги в области видеоискусства предоставляют около девяти видеостудий. Основной спектр оказываемых услуг – выездная и студийная (павильонная) видеосъемка, услуги продюсирования и записи звука, аренды помещения и оборудования.

Рассмотрим основные услуги, предоставляемые данными студиями:

Кинокомпания «РАДА-Студия» свое развитие получила в 2001 году. Ее основными задачами стали: производство представительских и документальных фильмов, съемка видеопрезентаций, выставок и телевизионных роликов, фильмов-инструкций для производителей сложного технологического оборудования. Кроме того, она проводит съемку юбилеев, свадебных торжеств и выпускных мероприятий в детском саду.

В своей работе сотрудники «РАДА-Студии» применяют многокамерную съёмку, необходимую на форумах, конференциях, фестивалях и концертах [31].

Видеостудия «ТСК» предлагает ряд визуальных инструментов для ведения бизнеса: съёмку корпоративных фильмов и презентаций, производит техническую инфографику проектов. Услуги этой студии включают в себя профессиональную видеосъёмку и монтаж, работу оператора и съёмочной группы [32].

Студия «DeltaVision» предоставляет услуги по видеосъёмке и видеомонтажу. Данная организация имеет осветительное и звуковое оборудование, ассистентов, набор различных аксессуаров (от штатива до специальных фильтров), а также профессиональную съёмочную команду. В спектр оказываемых услуг входит: съёмка семейных праздников (день рождения, свадьба, выписка из роддома), создание корпоративных фильмов, съёмка интерьеров и объектов для рекламы, работа над клипами для музыкантов, производство учебных фильмов, съёмка массовых праздников (корпоративов, выпускных) и т.п. [33].

В основной перечень услуг видеостудии «Pr-video» входит: съёмка свадеб, первого/последнего звонка, детских утренников, юбилеев, выписок из роддома, выступлений на спортивных соревнованиях, концертных номеров, изготовление видео поздравлений, видео приглашений. Сотрудники студии профессионально проводят интервью и постановочную съёмку, оказывают графическое оформление видеоряда и оформление носителя информации [34].

Видеостудия «Мастер» имеет опыт работы более двадцати лет в сфере производства видео. «Мастер» – это индивидуальный подход к каждой поставленной задаче со стороны клиента, кроме того креативные и практичные решения в создании видеороликов. Применение передовых технологий и современных технических средств позволяет видеостудии воплощать поставленные цели клиентов на самом высоком уровне.

Основное направление деятельности данной студии – создание рекламных роликов. По предъявляемым требованиям заказчиков создается сценарий, по которому проходят съемки ролика. Среди предлагаемых решений самые различные рекламные жанры: от простого видового ролика, до сложной постановки с привлечением актерского состава, использованием спецэффектов и компьютерной графики [30].

Также студия «Мастер» предлагает создание представительских, презентационных и юбилейных фильмов. Для их реализации специалисты студии широко используют современные методы монтажа, компьютерную графику и игровые постановочные эпизоды.

Видеостудия занимается и созданием учебных фильмов. В них применяются профессиональные приемы по обеспечению наибольшей ясности и простоты изложения. Создает документальные фильмы. Это направление деятельности получило высокие оценки на различных кинофестивалях. Получив необходимый опыт режиссерской, сценарной и операторской работы, студия занялась производством игровых постановочных фильмов.

Вся перечисленная кинопродукция создается студией под определенную художественную задачу и применяется в различных видах съемки.

Киноккомпания «Киногород» является одним из крупнейших игроков рынка видеоконтента на территории города Екатеринбурга. Организация имеет многолетний опыт, собственный технический парк и обладает опытным штатом сотрудников. В данной организации налаженный механизм взаимодействия видеооператоров и заказчиков, кроме того существует гарантия соблюдения сроков изготовления видеоконтента [40].

Компания развивает направления игрового, документального и корпоративного кино, создает рекламные ролики, клипы, проводит съемку видеорепортажей. Привлекает клиентов различными акциями и скидками на весь спектр предоставляемых услуг.

Сводные данные о полном спектре оказываемых услуг видеостудиями г. Екатеринбурга представлены в таблице 1.

Таблица 1

Название видеостудии	Виды предоставляемых услуг					
	Документальная съемка	Съемка видеопрезентаций	Съемка праздничного торжества	Съемка музыкальных клипов	Съемка рекламных роликов	Репортажная съемка
«РАДА-Студия»	✓	✓	✓			✓
«ТСК»		✓				✓
«DeltaVision»			✓	✓	✓	
«Pr-video»			✓	✓		
«Мастер»		✓	✓			✓
«Киногород»	✓			✓	✓	✓

Как видно из данных, представленных в таблице «Съемка праздничного торжества» и «Репортажная съемка» занимают 66,6 % в спектре оказываемых видеостудиями услуг, «Съемка видеопрезентаций» и «Съемка музыкальных клипов» – соответственно 50%, а «Документальная съемка» и «Съемка рекламных роликов» – 33,3%.

Изучение рынка оказываемых видео услуг в городе Екатеринбурге показало, что ни одна из рассмотренных видеостудий образовательных услуг населению не предоставляет. В свою очередь, такой род предпринимательской деятельности видеостудий может помочь им активно развиваться в высококонкурентной среде.

Для выявления востребованности данного рода образовательных услуг среди целевой аудитории, нами было проведено маркетинговое

исследование, где основным способом получения информации о потребителях, их мнениях и предпочтениях, являлся опрос, осуществленный в форме анкетирования.

Анкеты относятся к классу формализованных обследований, а анкетирование – к количественным методам получения информации. При организации анкетирования принято использовать три направления постановки вопросов:

- туннельное, когда осуществляется переход от широких общих вопросов анкетирования к узким, частным вопросам;
- секционное, когда последовательно рассматриваются возможные проблемы, пока они не будут полностью решены;
- комбинационное, когда в постановке вопросов сочетаются оба направления [1].

Так как целью данного исследования являлось выявление спектра запросов и степени востребованности образовательных услуг в сфере видеоискусства, нами было выбрано комбинированное направление постановки вопросов.

Для анкетирования были выбраны следующие вопросы:

1. Каким видеозаписывающим устройством вы пользуетесь в повседневной жизни?

- Камерой мобильного телефона
- Профессиональной видеокамерой
- Любительской видеокамерой

2. Удовлетворены ли вы, качеством создаваемых вами видеороликов?

- Да
- Скорее да, чем нет
- Скорее нет, чем да
- Нет
- Затрудняюсь с ответом

3. Хотели бы вы, совершенствовать свои знания и умения в области видеоискусства?

- Да
- Скорее да, чем нет

- Скорее нет, чем да
- Нет
- Затрудняюсь с ответом

4. *Какие области информации о видеоискусстве вам наиболее интересны?*

- Теоретические знания, о появлении и становлении как отдельного вида искусства
- Практические умения и навыки управления камерой и сопутствующим оборудованием
- Навыки монтажа и обработки отснятого материала
- Всеми выше перечисленным областями

5. *Хотели бы вы пройти обучение в видео школе?*

- Да
- Скорее да, чем нет
- Скорее нет, чем да
- Нет
- Затрудняюсь с ответом

6. *Какой период обучения был бы для вас приемлем?*

- Месяц
- Несколько месяцев
- Полгода
- Год

7. *Какая стоимость обучения для вас наиболее приемлема?*

- от 3000 до 5000 рублей
- от 5000 до 10000 рублей
- Более 10000 рублей

Анкетирование проходило среди участников VI Международного фестиваля-конкурса художественного творчества и современных компьютерных технологий «Звездный Олимп 2016», проходивший с 01 февраля по 28 марта 2016 г.

Целями данного фестиваля являются:

- развитие мотивации и профессиональных интересов детей и молодежи в сфере художественного творчества и современных компьютерных технологий;

- изучение опыта внедрения инновационных технологий в сфере аудиовизуальных цифровых искусств в системе основного и дополнительного образования.

К участию в фестивале-конкурсе приглашались учащиеся общеобразовательных и специализированных школ, детских школ искусств, детских музыкальных школ, детских художественных школ, студенты средних и высших профессиональных учебных заведений.

Заявки принимались от следующих категорий участников:

- 6-10 лет (учащиеся 1-4 классов) общеобразовательных и специализированных школ, детских школ искусства и других образовательных учреждений;
- 11-15 лет (учащиеся 5-9 классов) общеобразовательных и специализированных школ, детских школ искусства и других образовательных учреждений;
- 16-20 лет (учащиеся 10-11 классов) общеобразовательных и специализированных школ, детских школ искусства и учащиеся средних специальных образовательных учреждений;
- студенты вузов очных и заочных форм обучения (возраст не ограничен);
- преподаватели различных образовательных учреждений (возраст неограничен).

Одной из номинаций данного конкурса является видео работа (клип, документальный фильм, короткометражный фильм, мультипликация, рекламный ролик), поэтому среди участников данной номинации нами и был проведен опрос.

Результаты произведенного анкетирования показали:

На первый вопрос анкеты (*Каким видеозаписывающим устройством вы пользуетесь в повседневной жизни?*) 55% респондентов ответили, что применяют любительскую видеокамеру; 28% профессиональную камеру и камеру мобильного телефона используют 17% (Рис. 1.2.1.).



Рис. 1.2.1.

Полностью удовлетворены качеством создаваемых видеороликов 25% опрошенных, скорее удовлетворены, чем нет – 13%; неудовлетворенны – 22%; затруднились с ответом – 10 % опрошенных (Рис. 1.2.2.).



Рис. 1.2.2.

Хотят совершенствовать свои знания и умения в области видеоискусства – 75% реципиентов (ответы «да» – 68%, «скорее да, чем нет» – 7%); отрицательный ответ на этот вопрос дали 21% опрошиваемых; затруднились с ответом – 4%. (Рис. 1.2.3.).

Рейтинг ответов на вопрос: «Какие области информации о видеоискусстве вам наиболее интересны?» был следующим

- Теоретические знания, о появлении и становлении как отдельного вида искусства – 20%
- Практические умения и навыки управления камерой и сопутствующим оборудованием – 25%
- Навыки монтажа и обработки отснятого материала – 23%
- Все выше перечисленные области – 32% (Рис. 1.2.4.).



Рис. 1.2.3.

**Какие области информации о
видеоискусстве вам наиболее интересны?**

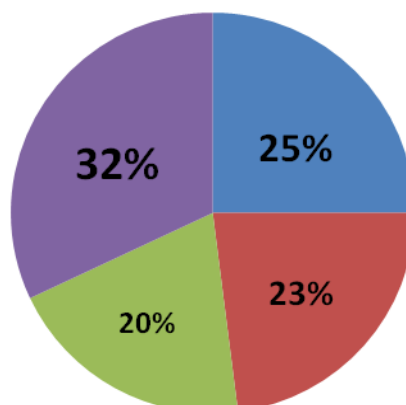


Рис. 1.2.4.

Ответы на вопрос: *(Хотели бы вы пройти обучение в видео школе?)* показали следующее: 70% респондентов проявили интерес к данному виду художественного творчества и хотели бы пройти обучение, 5% ответили «скорее да, чем нет», отрицательный ответ дали 17% опрошенных, 5% дали ответ «скорее нет, чем, да» и 3% затруднились с ответом (Рис. 1.2.5.).

**Хотели бы вы пройти обучение в видео
школе?**

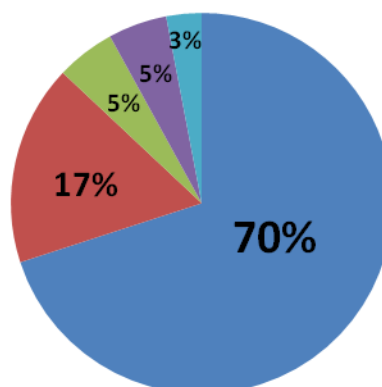


Рис. 1.2.5.

Рейтинг ответов на вопрос: «Какой период обучения был бы для вас приемлем?» был следующим: месяц – 27%, три – четыре месяца – 58%, полгода – 10%, год – 5% (Рис. 1.2.6.).

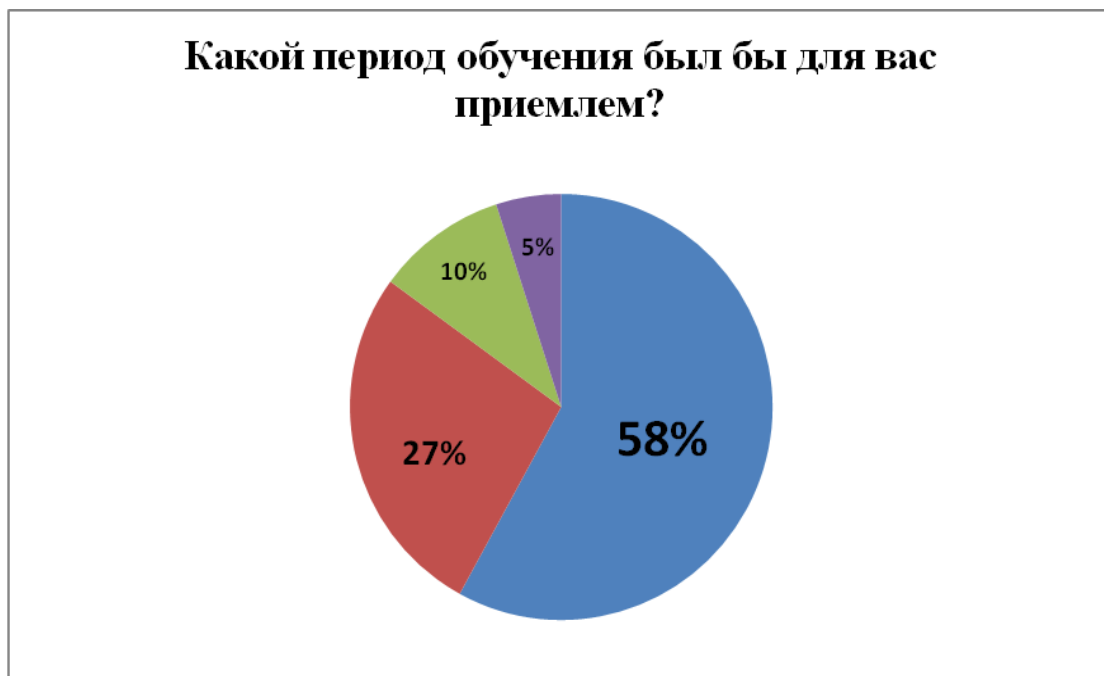


Рис. 1.2.6.

На последний вопрос анкеты школьники должны были ответить совместно с родителями (*Какая стоимость обучения для вас наиболее приемлема?*). Наиболее приемлемой стоимостью курса обучения 71% опрошенных посчитали от 3000 до 5000 рублей; от 5000 до 10000 рублей – 19%; более 10000 рублей – 10% (Рис. 1.2.7.).

Какая стоимость обучения для вас наиболее приемлема?

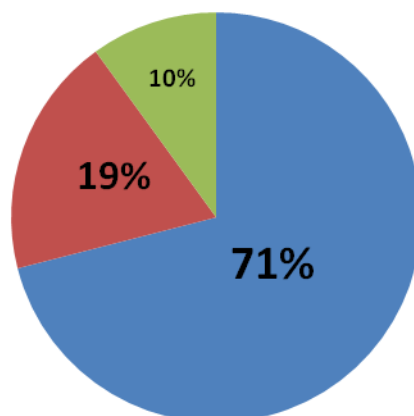


Рис. 1.2.7.

Полученные данные свидетельствуют об интересе школьников и студентов к данному виду образовательных услуг. Анкетирование позволило выявить основные направления стратегии развития видеостудии, примерную (среднюю) стоимость обучения – 5000 рублей и благоприятный период обучения, среди потенциальных клиентов – 3-4 месяца.

ГЛАВА II. ТЕХНОЛОГИЯ ВКЛЮЧЕНИЯ НАПРАВЛЕНИЯ «ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ» В СТРАТЕГИЮ РАЗВИТИЯ ВИДЕОСТУДИИ

2.1. Характеристика образовательных услуг в области видеоискусства

В настоящее время в городе Екатеринбурге специалистов в области видеоиндустрии готовят в двух высших учебных заведениях – УрГПУ и РГППУ. В УрГПУ подготовка бакалавров осуществляется в рамках направления «44.06.01 – Педагогическое образование. Профиль: Экранные искусства в образовании» и направления «050301 – Народная художественная культура. Руководство любительской студией кино, фото и видеотворчества» [53].

В РГППУ подготовка бакалавров осуществляется в рамках направления «44.03.04 – Профессиональное обучение. Профиль: Декоративно-прикладное искусство» по дисциплине: «Видео-дизайн» [48].

Кроме того, в нашем городе, существует «Школа телевидения», филиалы которой находятся в 18-ти городах России. За 6 лет количество выпускников составило более 35 000 человек

Одним из направлений подготовки в данной школе является программа по обучению видеооператоров. Содержание программы представлено следующими темами:

Занятие 1. ВВЕДЕНИЕ.

Выбор камеры, знакомство с ее техническими характеристиками, а также – элементами управления. Форматы видео FULL HD, SD и HD. Терминология: фокус, трансфокация, экспозиция, стабилизация картинки. Характеристики аудио.

Занятие 2. ОСОБЕННОСТИ КАДРА.

Задачи и способы современной видеосъемки. Разнообразие планов, знакомство с понятием «кадр». Правильная композиция и динамическая видеосъемка.

Занятие 3. МОНТАЖНАЯ СЪЕМКА.

Занятие посвящено практике, а также – изучению монтажной фразы и внутрикадрового монтажа. Студенты впервые должны снять сюжет по собственному или преподавательскому сценарию. Просмотр полученного видео, его оценка.

Занятие 4. «МОТОР!».

Школа предлагает студентам сценарный план, который они должны экранизировать. Это коллективная работа. После ее выполнения будет просмотр, монтаж и оценка видео. Каждый учащийся получит индивидуальное задание.

Занятие 5. «Я – РЕЖИССЕР!».

Съемка в студии по собственному сценарному плану каждого учащегося. Просмотр видео, монтаж и, соответственно, оценка материала.

Занятие 6. ЭКЗАМЕН.

Съемка итоговой работы. Разбор ошибок с преподавателем, оценка видео. Обсуждения и дополнения, пожелания студентам [55].

Также на базе муниципального автономного учреждения дополнительного образования Городской Дворец творчества детей и молодежи «Одаренность и технологии» существует видеомастерская «Zakadrom», которая имеет техническую направленность обучения и проводит подготовку детей от 12 до 18 лет по дополнительной общеобразовательной программе. Срок реализации программы составляет 2 года.

Программа учебного процесса направлена на знакомство детей с особенностями и формами экранных искусств, формирование навыков

создания видеофильмов, и способствует реализации задач творческого развития. Рассмотрим данную программу более подробно.

Учебно-тематический план первого года обучения.

Содержание курса.

Модуль «Видеосъемка и монтаж».

1. Организационное собрание. Инструктаж по технике безопасности и безопасному поведению. Обзор содержания программы.

2. Съемочный процесс.

2.1. Видеокамера. Устройство и принцип работы. Основные узлы видеокамеры. Объектив. Контрольный экран. Окуляр. Органы управления. Включение, выключение. Кассетный отсек. Установка и извлечение видеокассет. Режим съемки и режим просмотра отснятого материала. Штатив. Установка видеокамеры на штатив. Установка линии горизонта. Перемещение оптической оси в горизонтальной и вертикальной плоскости. Практические занятия: Подготовка видеокамеры к работе. Установка штатива. Прикрепление контактной площадки к видеокамере. Установка видеокамеры на штатив. Включение питания. Разворачивание контрольного экрана.

2.2. Видеокамера. Устройство. Органы управления. Понятие фокусного расстояния. Фокусировка. Автоматический и ручной режим фокусировки. Изменение фокусного расстояния с помощью клавиши или кольца. Практические занятия: управление фокусным расстоянием видеокамеры. Переключение в ручной режим управления фокусом. Управление фокусом с помощью кольца ручной фокусировки. Контроль с помощью контрольного экрана. Основные приемы съемки: общий, средний, крупный план и панорама. Съемка со штатива и без штатива. Ракурс. Съемка против света. Ручное управление экспозицией. Дневное и искусственное освещение. Режимы «баланса белого»: лампа накаливания, дневной свет, автоматический режим.

3. Монтаж.

3.1. Знакомство с программой для монтажа. Программный продукт для нелинейного монтажа Adobe Premiere CS3. Подключение видеокамеры к компьютеру. Основные инструменты для видеомонтажа. Таймлиния. Монтажные переходы. Практическое занятие: Применение спецэффектов при монтаже фильма.

3.2. Монтаж видеофильма. Использование спецэффектов при монтаже. Практическое занятие: Подключение видеокамеры к компьютеру. Перенесение отснятого материала из видеокамеры в компьютер. Размещение фильма на таймлинии. Разрезание и перемещение отрезков видеофильма в пределах таймлинии. Рендеринг готового фильма. Применение монтажных переходов между отрезками. Изменение масштаба изображения. Наложение изображений друг на друга.

4. Сценарий.

4.1. Работа над сценарием видеофильма.

Выбор интересной и актуальной темы для написания сценария. Разработка фабулы и центрального драматургического конфликта ценностей, характеров и т.д. Переложение литературного сценария в режиссерский. Подготовка к съемочному процессу. Назначение актеров на роли. Функции оператора и режиссера. Практические занятия: Съемка учебного фильма. Распределение ролей в съемочном процессе. Съемка со штатива и без штатива с различными ракурсами и съемочными планами. Выбор оптимального режима баланса белого.

4.2. Сценарий видеофильма: Социальная реклама. Темы для социальной рекламы. Основная идея социальной рекламы. Практические занятия: Съемка ролика социальной рекламы. Распределение ролей в съемочном процессе.

5. Титры.

5.1. Титры и спецэффекты в видеофильме. Написание титров. Выбор шрифтов и цвета. Оформление видеофильма. Заставки. Применение

эффектов для достижения необходимого эстетического воздействия на зрителя. Практическое занятие: Подбор необходимых шрифтов, оптимальных размеров и цветов для названия фильма. Комбинирование изображения и текста в фильме. Анимирование текста.

6. Звук.

6.1. Звуковое сопровождение фильма. Подбор звукового сопровождения для фильма. Управление продолжительностью звуковой дорожки и уровнем громкости. Практическое занятие: Обсуждение характера фильма. Обсуждение подходящей фонограммы.

6.2. Звуковое сопровождение фильма. Обработка звука. Применение звуковых эффектов. Практическое занятие: Размещение фонограммы на таймлинии. Установка оптимального уровня громкости.

7. Оформление.

7.1. Оформление фильма. Форматы кодирования фильма. DV, MPEG-4, DVD. Достоинства и недостатки форматов кодирования. Авторинг диска DVD. Практическое занятие: Кодирование готового фильма в различные форматы.

7.2. Оформление фильма. Кодирование в различные форматы. Интернет видеохостинг. Подготовка видеофильма к интернет-публикации. Практическое занятие: Размещение видеофильма в интернете на видеохостинге. Размещение готовых фильмов в интернете (т.к. занятия в видеостудии предполагают участие в конкурсах и фестивалях).

Учебно-тематический план второго года обучения.

Содержание курса

Модуль «Видеосъемка и монтаж»

1. Организационное собрание. Освещение содержания курса. Инструктаж по технике безопасности и безопасному поведению.

2. Профессиональная видеосъемка.

2.1. Кинокамера. Устройство и принцип работы. Основные отличия кинокамеры от видеокамеры. Объективы. Контрольный экран. Основные

принципы получения «киношного» изображения. Прошивки для видеокамер. Практические занятия: Установка пресетов в видеокамеру, использование ручных настроек для цветокорректировки.

3. Монтаж.

3.1. Знакомство с программой для монтажа. Программный продукт для нелинейного монтажа Adobe After Effects CS3. Возможности программы. Практическое занятие: Применение 3D спецэффектов при монтаже фильма.

3.2. Монтаж видеофильма. Использование спецэффектов при монтаже. Виды хромакея. Использование хромакея для создания различных эффектов. Стоп-кадр. Плагин для ускорения и замедления видеоизображений. Практическое занятие: Использование контрольного экрана. Размещение фильма на таймлинии. Разрезание и перемещение отрезков видеофильма в пределах таймлинии. Рендеринг готового фильма. Превью. Дополнительные эффекты и переходы в программе. Стили наложения.

4. Сценарное мастерство.

4.1. Работа над сценарием видеофильма.

Выбор интересной и актуальной темы для написания сценария. Разработка фабулы и центрального драматургического конфликта ценностей, характеров и т.д. Назначение актеров на роли. Функции оператора и режиссера. Практические занятия: Съемка учебного фильма. Распределение ролей в съемочном процессе. Съемка со штатива и без штатива с различными ракурсами и съемочными планами. Выбор оптимального режима баланса белого.

4.2. Сценарий видеофильма: Социальная реклама. Темы для социальной рекламы. Основная идея социальной рекламы, месседж. Практические занятия: Съемка ролика социальной рекламы. Распределение ролей в съемочном процессе.

5. Постпродакшен.

5.1. Титры и спецэффекты в видеофильме. Написание титров. Выбор шрифтов и цвета. Оформление видеофильма. Заставки. Применение эффектов для достижения необходимого эстетического воздействия на зрителя. Практическое занятие: Подбор необходимых шрифтов, оптимальных размеров и цветов для названия фильма. Комбинирование изображения и текста в фильме. Анимирование текста.

6. Звук.

6.1. Озвучивание фильма. Подбор звукового сопровождения для фильма. Управление продолжительностью звуковой дорожки и уровнем громкости. Практическое занятие: Обсуждение характера фильма. Обсуждение подходящей фонограммы.

6.2. Звуковое сопровождение фильма. Подбор звукового сопровождения для фильма. Управление продолжительностью звуковой дорожки и уровнем громкости. Обработка звука. Применение звуковых эффектов. Практическое занятие: Размещение фонограммы на таймлинии. Установка оптимального уровня громкости.

7. Вывод фильма.

7.1. Оформление фильма. Форматы кодирования. Практическое занятие: Кодирование готового фильма в различные форматы. Проблемы при кодировании. Причины ухудшения изображения.

7.2. Вывод фильма. Кодирование в различные форматы. Интернет видеохостинг. Подготовка видеофильма к интернету публикации. Практическое занятие: Размещение видеофильма в интернете на видеохостинге. Занятия в видеостудии предполагают участие в конкурсах и фестивалях. Размещение готовых фильмов в интернете [35].

Проведенный анализ содержания учебной программы видеомастерской «Zakadrom» за первый и второй год обучения свидетельствует о применении студией устаревших программ обучения и технического оборудования, отсутствие в учебном плане новаций последних лет развития

видеоиндустрии, но в целом она гармонично построена и адаптирована под обучение школьников видеоискусству.

Кроме всех выше перечисленных учебных заведений существует Медиа центр на базе Дворца молодёжи, который проводит обучение по нескольким образовательным программам, среди которых: программа «Киноклуб» предназначена для детей с 14 до 17 лет. Она знакомит с экранной культурой XX – XXI веков, этапами и формами ее развития. Содержание учебного курса включает просмотр и обсуждение любимых фильмов школьников, шедевров современного кино и картин прошлых лет, ставших классикой. Также программа обучения включает: исторические и культурные факты, оказавших влияние на язык кинематографа разных эпох, о том, как связана экранная культура с искусством (живопись, литература, фотография) и современными практиками (компьютерная графика), об основных социальных функциях кинематографа.

Занятия по данной программе позволяет научиться: сопоставлять личный культурный опыт с информацией, вложенной автором в произведение искусства (кинофильм), выстраивать грамотную аргументацию, вести дискуссию, работать в группе и уважительно относиться к мнению и культурному опыту других.

Данный курс обучения включает лишь теоретические аспекты киноиндустрии, практической деятельности здесь не предусмотрено [39].

Каждое из перечисленных учебных заведений (рис. 2.1.1) по-своему уникально и имеет определенные положительные моменты, но все они предлагают долгосрочное обучение на протяжении нескольких лет, краткого и ускоренного курса не в одном из них не предусмотрено.

Однако большинству населения, особенно молодежи, нужен комплекс необходимых знаний, умений и навыков для любительской видеосъемки, которые фактически каждый получает самостоятельно с помощью технической документации к своему видеозаписывающему устройству.

Совершенствование мастерства в данном виде художественного творчества также происходит методом «проб и ошибок». На наш взгляд, существенную помощь в овладении навыками качественной видеосъемки могли бы оказывать видеостудии, однако предоставление образовательных услуг населению в рамках видеостудий в настоящее время не предусмотрено.



Рис. 2.1.1.

Таким образом, возникает противоречие между правом человека на все виды творческой деятельности в соответствии со своими интересами и потребностями, в том числе и в области фото и видеоискусства, осуществлять которую можно как на профессиональном, так и на любительском уровне, и фактическим отсутствием учреждений,

предоставляющих данные образовательные услуги для новичков-любителей в указанном виде искусства.

2.2. Условия осуществления образовательных услуг населению в рамках деятельности видеостудии

Основными условиями осуществления образовательных услуг в рамках деятельности видеостудии являются:

1. Анкетирование потенциальных потребителей по вопросам востребованности образовательных услуг в области видеоискусства, приемлемых сроков обучения и стоимости услуг.
2. Анализ творческих работ потенциальных потребителей образовательных услуг в области видеоискусства.
3. Материально-техническая база.
4. Разработка учебных программ.
5. Составление сметы обучения.

Результаты анкетирования о востребованности образовательных услуг в области видеоискусства среди школьников-участников международного фестиваля-конкурса художественного творчества и современных компьютерных технологий «Звездный Олимп 2016», приведены в параграфе «1.2.» Аналогичное анкетирование можно проводить среди учащихся общеобразовательных школ, студентов колледжей и вузов, находящихся поблизости с видеостудией. Именно этот контингент и будет потенциальным потребителем последующих образовательных услуг.

Для анализа возможных ошибок и составления программы обучения нами были просмотрены работы участников международного фестиваля-конкурса художественного творчества и современных компьютерных технологий «Звездный Олимп 2016» в номинации видео работа (клип, документальных фильм, короткометражный фильм, мультипликация, рекламный

ролик). Данное изучение позволило выявить основные ошибки съемки и монтажа у видеооператоров-любителей.

Основной недостаток большинства роликов – это нечеткое изображение из-за дрожания и рывков видеокамеры. Большинство работ сняты «с рук» без применения штатива или монопода, так как съемка «с рук» требует определенного опыта и соблюдения определенных правил: не следует держать камеру на вытянутой руке, необходимо ее удерживать двумя руками; без надобности не производить съемку на ходу, так как это приводит к получению тряски и дрожанию кадра.

Частое применение трансфокатора «zoom» камеры, а именно многочисленные «наезды» и «отъезды», являются совершенно лишними, потому что приводят к ухудшению качества и сильному дрожанию. Его использование в фильме должно быть обоснованным и плавным.

Зачастую у начинающих видеооператоров камера заваливается на бок, и горизонт становится наклонным. Поэтому камеру необходимо держать вертикально, ориентируясь на уличное пространство.

При использовании искусственного освещения не забывать выставить баланс белого вручную на самой камере, иначе на видео материале возникают неестественные цвета. При съемке в помещении для равномерного освещения лучше применять отражающий или рассеивающий свет, для избегания теней использовать несколько источников света. Ошибки в цветопередаче могут быть и при резком переходе, например, с яркого солнца в тень или при съемке против окна.

При просмотре роликов с интервью приходится прислушиваться к высказываниям героя, так как посторонние шумы перекрывают голос. Монтаж работ не всегда соответствует его основным принципам.

Рассмотрим процесс видеомонтажа, состоящий из ряда последовательно выполняемых операций, каждая из которых играет важную роль в создании видеофильма. Видеомонтаж является творческим процессом, и его результативность зависит от умения, художественного вкуса и опыта

любителя. Творческий процесс самобытен, и настоящее творчество не терпит шаблонного подхода, повторения и стереотипов. Но за длительное время существования видеомонтажа накоплен значительный опыт использования различных приемов, способствующих получению качественных результатов, а также стали известны явно неудачные приемы видеомонтажа.

Наиболее частые ошибки новичков при монтаже:

1. Нарушение принципа монтажа.

В общем виде принцип монтажа двух кадров по ориентации в пространстве гласит: съемка двух объектов, взаимодействующих друг с другом, должна производиться строго с одной стороны от линии их взаимодействия. Если камеры при съемке двух беседующих людей располагать на точках, лежащих по одну сторону от линии взаимных взглядов друг на друга этих людей, то у зрителя, смотрящего на экран, сложится такое же представление о расположении двух персонажей в пространстве, как если бы он сам наблюдал в жизни это событие своими глазами. Этот принцип распространяется на все взаимодействующие объекты.

2. Темп движения объекта.

При монтаже с движением чего-либо, например, идущих людей, частота шагов в каждую секунду на экране должна быть одной и той же. Иными словами, героям необходимо с равной частотой перебирать ногами в каждом кадре. Это относится ко всем движущимся объектам.

3. Ошибки по крупности (ощущение скачка).

Установлено, что лучше воспринимаются кадры, смонтированные «через план», например, крупный со вторым средним, первый средний с общим. Поставленные рядом похожие или соседние по «крупности» планы вызывают ощущение рывка и смотрятся плохо.

4. Несоответствие по световым признакам.

Очень важным при монтаже является учет освещенности, или монтаж по свету. Плохо, когда соседние кадры резко отличаются по освещенности.

5. Монтаж видеофильма.

Одно из основных правил видеомонтажа – не делать длинные кадры. Средняя продолжительность кадра – 5 секунд. В любом фильме кадр сменяется примерно через 5 секунд, а то и чаще. Такое видео легче воспринимается, смотрится живее и интереснее. 12-секундный кадр считается сверхдлинным и используется нечасто (хотя и допустим, если таков замысел режиссера).

6. Чрезмерное применение спецэффектов.

Начинающий монтажер часто увлекается различными эффектами и переходами, что на деле приводит к рассеиванию внимания зрителя.

Данное изучение видео работ позволило выявить наиболее типичные ошибки, допускаемые операторами-любителями при видеосъемке. Анализ ошибок помог составить примерные образовательные программы в области видеоискусства для учащихся разных возрастных групп [52].

Образовательные услуги в области видеоискусства в первую очередь рассчитаны, для тех, кто хочет познать специфику видеосъемки и видеомонтажа. Видеостудия предлагает две программы обучения (первой и второй ступени), рассчитанные на разные возрастные группы. Первая программа обучения (первая ступень) будет привлекательна для школьников с 5 по 9 классы, вторая – для учащихся 10 и 11 классов и студентов колледжей и вузов. Грамотно разработанные программы сочетают в себе теорию и практику, что в полной мере позволяет изучить искусство видеосъёмки на профессиональном уровне.

Основная цель обучения заключается, в формировании навыков создания увлекательного видеорассказа (документального, игрового, коммерческого фильма или ролика) с применением видеокамеры и ее аксессуаров: сменных объективов, источников искусственного света, микрофона, штатива, монопода и прочего оборудования.

За период обучения, учащиеся познакомятся с опытными сотрудниками видеостудии, которые всегда готовы ответить на

интересующие вопросы, поделиться знаниями в области видеоиндустрии. В период обучения специалисты проводят мастер-классы, делятся полезной информацией, опираясь на свой многолетний опыт.

Для старшего (вторая ступень) курса обучения одно из заключительных занятий включает коммерческую составляющую видеопрокта, немаловажную для его реализации на видеорынке. Данные знания позволят выпускнику видеошколы получить представление о материальной составляющей профессии видеооператора.

Для реализации образовательных услуг видеостудия должна иметь материально-техническую базу, включающую в себя следующее оборудование:

1. EOS 5D Mark III — полнокадровая зеркальная 22,3-мегапиксельная камера с 61-точечной автофокусировкой и режимом серийной съемки 6 кадров/сек. (рис. 2.2.1.).

Преимущества

- Полнокадровый датчик изображения, 22,3 мегапикселя
- 61-точечный автофокус
- Серийная съемка 6 кадров/сек
- Чувствительность ISO 100–25 600, с возможностью расширения до ISO 102 400
- Видео в формате Full-HD с ручным управлением
- Несжатый выход HDMI при Full HD 8 бит 4.2.2
- 14-битный процессор DIGIC 5+
- Пыле- и влагозащищенная конструкция
- Экран 8,11 см (3,2 дюйма), 1 040 000 точек
- Режим расширенного динамического диапазона HDR



Рис. 2.2.1.

Данная камера позволяет снимать видео в формате Full HD с ручным управлением всеми настройками – от частоты кадров до звуковой дорожки [36].

2. Canon EOS 650D – высококачественная камера начального уровня. Подходит для тех, кто начинает свои приключения в мире цифровых зеркальных фотокамер (рис. 2.2.2.).

Преимущества

- Датчик APS-C CMOS с 18,0 млн пикселей
- Видео в формате Full HD с ручным управлением и непрерывной автофокусировкой
- Серийная съемка 5 кадров/с
- Сенсорный ЖК-экран с переменным углом наклона ClearView II
- ISO 100 —12800 с возможностью расширения до ISO 25600
- 9-точечная система автофокусировки по широкой зоне
- Встроенный передатчик для вспышек Speedlite

Данная камера идеальна для первого опыта в мире изображений. 18-мегапиксельный датчик камеры EOS 650D прекрасно подходит для съемки фотографий и съемки видео в формате Full HD. Сенсорный ЖК-экран с переменным углом наклона ClearView II делает съемку более удобной [37].



Рис. 2.2.2.

Именно эти две модели фотоаппаратов с функцией видеозаписи любительского и профессионального уровня, отлично подойдут для педагогического процесса, позволят учащимся освоить азы видеосъемки и ручной настройки экспозиции и фокуса, а также получить картинку высокого качества.

Но данным моделям фотоаппаратов необходима и определенная линейка объективов, в которую входят портретные, длиннофокусные, широкоугольные объективы.

Canon EF 16-35mm f/2.8L II USM сверхширокоугольный зум, созданный для полнокадровых камер, занимают особое место в ряду профессиональной оптики (рис. 2.2.3.). Объектив обладает высокой для зума резкостью, прекрасным контрастом и цветом. Благодаря USM-приводу его автофокус почти молниеносный. При этом минимальная дистанция фокусировки составляет всего 28 см, позволяя акцентировать внимание зрителя на расположенных близко к камере объектах.



Рис. 2.2.3.

Как и все объективы L-серии, Canon EF 16-35mm f/2.8L II USM имеет солидную конструкцию с защитой от пыли и влаги. Защита может быть дополнительно усилена установкой светофильтра. Главная особенность этой модели – высокая светосила. При f/2,8 можно снимать на современную камеру даже в условиях ночного городского освещения с рук, не прибегая к помощи штатива, что особенно важно в репортажной работе [41].

Canon EF 70-200mm f/4L IS USM – один из многочисленных телеобъективов Canon с диапазоном фокусных расстояний 70-200 мм. (рис. 2.2.4.).



Рис. 2.2.4.

Данный телеобъектив имеет встроенный стабилизатор изображения, с двумя режимами работы, позволяя снимать как статику, так и динамику по одной оси. Canon EF 70-200mm f/4L IS USM оснащён быстрым и бесшумным USM-мотором автофокуса, что очень важно для объектива, а также имеет ограничитель дистанции фокусировки для ещё большего увеличения скорости автофокуса [42].

Canon EF 50mm f/1.4 USM – светосильный портретный объектив с мягким размытием фона, без ярко выраженных бликов, что делает его более предпочтительным в роли портретного объектива для камер с сенсором APS-C (рис. 2.2.5.).



Рис. 2.2.5.

На чуть прикрытой диафрагме Canon EF 50mm f/1.4 USM очень резок, поэтому он отлично подойдёт и для предметной съёмки, и для съёмки пейзажа. Это по-настоящему универсальная модель и для камер с матрицей APS-C, и для полнокадровых фотоаппаратов [43].

Для редактирования и монтажа видео и аудио потоков в учебном процессе будет применяться профессиональная программа Adobe Premiere Pro CC 9.0. (Рис. 2.2.6).

Широчайший спектр возможностей этой программы дает возможность обрабатывать данные в реальном времени и поддерживает фактически все форматы видео, даже те, что появились совсем недавно. Крайне функциональные и удобные для использования инструменты, призванные с максимальной эффективностью обрабатывать аудио и видеофайлы дают пользователю возможность полностью контролировать все элементы проекта на каждой стадии его разработки. Особенностью является возможность работы с популярнейшим цифровым форматом Full HD. В редакторе представлена поддержка действий, направленных на захват и изменение содержимого видеофайла, причем у пользователя не возникает необходимости в его конвертировании, и это дает возможность получать видео максимально высокого качества. Adobe Premiere ProCC 9.0, имеет высочайший уровень производительности, оптимизирует совместную работу, а также повышает продуктивность при помощи эффективных, надежных межплатформенных рабочих процессов редактирования. Позволяет легко донести послание до зрителя и выразить его в художественное видение [47].



Рис. 2.2.6.

Для данной программы необходимы следующие системные требования компьютерного обеспечения видеошколы:

- Microsoft® WindowsVista® (64-разрядная версия, с SP2) или Windows 7 (64-разрядная версия);
- Процессор четырехядерный AMD Phenom (TM) IIx4 965 Processor 3.40 GHz;
- 2 Терабайта свободного пространства на жестком диске для установки программы;
- 8 Гб оперативной памяти (рекомендуется не менее 4 Гб);
- 10 Гб свободного пространства на жестком диске для установки; дополнительное свободное пространство, необходимое для установки (не устанавливается на съемные устройства хранения флэш);
- Графический процессор NVIDIA®, AMD/ATI™ или Intel® с поддержкой OpenCL™ и 512 МБ памяти или более для обработки и рендеринга видео с ускорением графического процессора;
- Привод DVD-ROM с поддержкой чтения двухслойных DVD-дисков (для создания дисков DVD требуется устройство записи DVD+-R, для создания дисков Blu-ray требуется устройство записи Blu-ray);

- Плата IEEE-1394DV (для видеозахвата DV и HDV и экспорта с записью на ленту);
- Разъем USB 2.0 (для импорта с камкордеров AVCHD, XDCAM EX, NXCAM или DVD);
- Звуковая карта с поддержкой протокола ASIO или Microsoft Windows Driver Model;
- Microsoft .NET Framework 3.51;
- Программное обеспечение Quick Time версии 7.6.2 или более поздней, необходимое для функций QuickTime;
- Adobe® Flash® Player 10 для воспроизведения проектов DVD.

Штатив Manfrotto 718B применяется для устранения вибрации и дрожания. Обеспечивает наилучшую устойчивость камеры и удержание ее в нужном положении. Данная модель многофункциональная, 4-секционная, отличается особой устойчивостью, легким весом и компактными размерами. Данную модель характеризуют как практичную и удобную в использовании. Максимальная нагрузка данной модели не должна превышать 2.5 кг [54] (Приложение 1).

Стедикам Green Bean STAB 600 рассчитан для использования с любыми фото и видеокамерами весом до 5 килограмм (включая DSLR камеры с «обвесом»). Подходит для любых видов съемки.

STAB 600 обеспечивает горизонтальный и вертикальный баланс камеры и позволяет получать отличные результаты не только при перемещении за снимаемым объектом, быстром беге, подъеме по лестнице, но и при движении вокруг этого объекта. Его ручка переворачивается на 360 градусов, что облегчает съемку с нижней точки.

Посадочное отверстие диаметром 13 мм, расположенное в ручке, позволяет установить стабилизатор на механическую руку операторского жилета или на Arm Brace (устройство снимающее нагрузку с запястья), а также с помощью адаптера-кронштейна на стойку для балансировки.

Максимальная длина штанги 1350 мм, благодаря этому стедикам можно использовать как монопод, а также для съемки с труднодоступной верхней точки [50] (Приложение 2).

Накамерный свет светодиодный Yongnuo YN-160 III LED 5500K – это третья версия мощного и компактного видеосвета, предназначенного для эксплуатации видео и DSRL-камерами. По сравнению с предыдущей моделью, он отличается увеличенным количеством светодиодов – 192 против 160. Соответственно возросла и мощность – с 10 до 12 Вт. Кроме того, появился слот для внешнего питания и дисплей. В настройках осветителя теперь есть возможность менять и запоминать цветовую температуру, а также плавно или быстро регулировать яркость (Приложение 3).

Новое поколение светодиодов CRI 95+ отличается характеристиками, приближенными к естественному освещению. С целью оптимизации функциональности из комплектации осветителя Yongnuo YN-160 III были убраны микрофон и слот для AA батареек [49].

Lavalier JJC SGM-38 – всенаправленный универсальный микрофон, который можно использовать там, где необходима незаметность и лёгкость веса. Акустический охват микрофона составляет 360 градусов, а используемая электроника обеспечивает широкий динамический диапазон частот. Удобная прищепка позволяет надёжно закрепить микрофон, а входящая в комплект пуховка защищает от фоновых шумов и «проскакивания» посторонних звуков [44] (Приложение 4).

Компактный проектор Acer X113PH DLP обеспечивает качественную картинку при просмотре видеороликов. Повышенный уровень базового контраста в DLP-проекторах способствует отображению мельчайших элементов даже в затемненных кадрах фильма. Кроме того, применение новейшей технологии DLP позволяет поддерживать яркость и реалистичность цветов в течение всего срока эксплуатации.

6-тисегментное цветовое колесо обеспечивает четкость и естественность отображения сложных оттенков, например, цвета

человеческой кожи. Установленная внутри лампа P-VIP типа является самой популярной для современных видеопроекторов и влияет на эффективность прибора и его цветовую отдачу.

Дальность работы Acer X113PH DLP может достигать до 12 метров, что позволяет использовать его в конференц-залах и на больших сценах. Обилие интерфейсов (USB, VGA, HDMI, minijack, S-Video, компонентный и композитный) создают дополнительные удобства применения. Устройство имеет компактные габариты и малый вес [46] (Приложение 5).

Все вышеперечисленное оборудование необходимо для проведения образовательного процесса и соответствует техническому прогрессу.

Конечно, этот список оборудования не исчерпывающий и постоянно будет пополняться для реализации различных творческих задач.

Для оказания образовательных услуг в области видеоискусства нами были разработаны две учебные программы: для учащихся 5 – 9 классов и 10 – 11 классов, студентов колледжей и вузов. Учитывая пожелания респондентов данные программы были рассчитаны:

- для учащихся 5 – 9 классов на срок до трех месяцев при занятиях два раза в неделю по два часа (всего 48 часов);

- для учащихся 10 – 11 классов и студентов колледжей и вузов на срок до четырех месяцев при занятиях два раза в неделю по два часа (всего 64 часа).

Основной формой занятий является лекционно-практическая (Таблицы 2 и 3).

Учебный план для учащихся 5 – 9 классов

№ п/п	Тема занятия	Количество часов
1	Устройство видеокамеры	6
2	Кадр	6
3	Свет	6
4	Монтажная работа	8
5	Съемка выпускного фильма	22
	Итого:	48

Содержание занятий**Занятие 1. Устройство видеокамеры**

Знакомство с видеооборудованием и его аксессуарами, определение критериев для выбора камеры. Разбор мануальных элементов управления экспонометром и эргономикой камеры. Виды объективов и их назначение. Понятия: фокуса и фокусного расстояние, трансфокации, выдержка и диафрагма.

Занятие 2. Кадр

Правила построения композиции кадра (правило третей, золотое сечение, глубина резкости, точка съемки, контраст). Понятие «ракурс» – позиция камеры по отношению к сюжету съемки. Знакомства с основными жанрами съемки, такими как: портрет, репортаж, пейзаж, макросъемка натюрморт.

Занятие 3. Свет

Съемка при искусственных и естественных источниках освещения. Настройка «баланса белого», применение и работа с осветительным оборудованием.

Занятие 4. Монтажная работа

Знакомство с программным обеспечением Adobe Premiere и его интерфейсом (импорт, обработка, склейка, сохранение в различных форматах). Смена планов, внутрикадровый монтаж при обработке видео.

Занятие 5. Съемка выпускного фильма

На основании полученных знаний и умений, с применением навыков съемки и монтажа создание собственного видеоролика на свободную тему. Защита и показ работ. Получение сертификатов о прохождении курса обучения.

Таблица 3

Учебный план для учащихся 10 – 11 классов, студентов колледжей и вузов

№ п/п	Тема занятия	Количество часов
1	Вводное занятие	2
2	Кадр и съемка	4
3	Свет	4
4	Звук. Теория	4
5	Съемка объекта	6
6	Студийная съемка	6
7	Коллективная экранизация	4
8	Режиссура. Теория	2
9	Монтаж	10
10	Съемка выпускного фильма	22
	Итого:	64

Содержание занятий

Занятие 1. Вводное занятие

Вступительное занятие включает: просмотр фундаментальных работ кинематографа. Знакомство с видеооборудованием и определение критериев

по его выбору, с учетом технических характеристик и предназначений. Изучение основных терминов таких как: фокус и экспозиция, а также иная терминология видеооператора.

Применение мануального режима управления камерой и ее эргономика.

Занятие 2. Кадр и съемка

Основные принципы работы видеооператора. Построение и композиция кадра. Типичные ошибки начинающих видеооператоров. Практическая деятельность по работе с камерой и композицией в кадре.

Занятие 3. Свет

Естественное и искусственное освещение. Настройка «баланса белого», применение и работа с осветительным оборудованием. Практическая деятельность.

Занятие 4. Звук

Способы записи звука. Применение устройств для его сбора: петличные и накамерные микрофоны. Работа со звуком при видеомонтаже и его обработке (переходы, запись дикторского текста, интервью, удаление шумов). Практическая деятельность.

Занятие 5. Съемка при естественном освещении

Определение места и объекта проводимой видеосъемки. Применение и закрепление полученных знаний обращения с камерой на практике, использование экспонометра и построение кадра. Разбор совершенных ошибок.

Занятие 6. Студийная съемка при искусственном освещении

Выездная съемка в павильоне, отработка навыков работы с источниками освещения и настройка их. Съемка по сюжету, обсуждение, практика.

Занятие 7. Закрепление полученных заданий

Коллективная экранизация истории по сценариям, на заданную тему. Анализ и обсуждение готового материала.

Занятие 8. Режиссура. Теория

Знакомство с ролью режиссёра в кино процессе, с его должностными обязанностями, целями и задачами.

Занятие 9. Монтаж

Изучение основ программы видеомонтажа и ее интерфейса (обработка, склейка). Настройка и сохранение проектов в Adobe Premiere. Импорт файлов, работа с различными форматами видео. Разбор дополнительного функционала программы. Титры, видеопереходы, эффекты. Работа с аудиофайлами, закадровый дикторский тест и правила его применения. Способы микширования.

Занятие 10. Съемка выпускного фильма

Идеи к съёмке короткометражного фильма на свободную тему. Написание сценария. Работа над выпускным фильмом. Отработка возникающих вопросов и ошибок.

Итоговым результатом обучения является презентация видеоработ учащихся с последующим их обсуждением. Получения сертификатов о прохождении курса обучения.

Стоимость обучения первой ступени для учащихся 5 – 9 классов на срок до трех месяцев при занятиях два раза в неделю по два часа (всего 48 часов) составит 4000 рублей;

Стоимость второй ступени обучения для учащихся 10 – 11 классов и студентов колледжей и вузов на срок до четырех месяцев при занятиях два раза в неделю по два часа (всего 64 часа) составит 6000 рублей.

Стандартной формой оплаты образовательных услуг будет являться единовременный платеж или месячные выплаты в рассрочку равными долями.

Все выпускники школы получают сертификат об окончании курсов обучения.

Для составления сметы расходов на осуществление образовательных услуг мы использовали рекомендации министерства образования для общеобразовательных школ и учреждений дополнительного образования по

составлению смет расходов организации. Смета расходов на осуществление образовательных услуг видеостудии предполагает учет следующих позиций: заработная плата штатных сотрудников, арендная плата за пользование имуществом, услуг связи, коммунальные расходы, приобретение основных средств, приобретение материальных запасов, прочие расходы и непредвиденные расходы (Таблица 4).

Таблица 4

Смета расходов по организации образовательных услуг

Номер	Наименование статей расходов	Сумма прогнозируемого расхода в месяц	Сумма прогнозируемых расходов в год
1	Заработная плата штатных сотрудников 1. Преподаватель видеосъемки 2. Преподаватель видеомонтажа	10000 рублей	120000 рублей
3	Арендная плата за пользование имуществом	5000 рублей	60000 рублей
4	Услуги связи 1. Интернет 2. Телефон	500 рублей	6000 рублей
5	Коммунальные расходы 1. Теплоснабжение 2. Электроснабжение 3. Водоснабжение	1000 рублей	12000 рублей
6	Приобретение основных средств 1. Закупка специализированной литературы и наглядных пособий 2. Информационных стендов 3. Мебель столы, стулья 4. Средств первичного пожаротушения	1000 рублей	12000 рублей

7	Приобретение материальных запасов	400 рублей	4800
	1. Канцелярских принадлежностей 2. Сертификатов и дипломов		
8	Прочие расходы	400 рублей	4800 рублей
	1. Содержание программного обеспечения 2. Реклама		
9	Непредвиденные расходы	500 рублей	6000 рублей
	Итого:	19400 рублей	225600 рублей

Доходы организации при полной укомплектованности (10 человек в каждой группе) составят: 40000 рублей в первой ступени обучения за 3 месяца, в месяц – 13333 рублей. Во второй ступени обучения – 60000 рублей за 4 месяца, и в месяц они составят 15000 рублей. Валовой доход за оба курса в месяц – 28333 рублей, чистая прибыль в месяц – 8933 рублей. Таким образом, при ежемесячном наборе групп чистая прибыль за образовательные услуги составит 118404 рублей в год.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время технологический прогресс одаряет нас все более совершенными разработками в видеоиндустрии, и то, что было актуально пару лет назад, сейчас перестает быть таковым. Поэтому для материально-технической базы видеостудии очень важно соответствие стандартам нового времени: применение профессионального оборудования и лицензионного программного обеспечения, видеокамер, фотоаппаратов, источников освещения, сменной оптики, компьютерных блоков и мониторов последних разработок. На данный момент актуальна съемка в формате высоко разрешения, эргономичность и технологичность камер.

Доступность видеотехники все больше привлекает современную молодежь к видеоискусству, и многие из них хотели бы получить базовые профессиональные знания в этой области художественного творчества, так как съемка, производимая непрофессионалом в этой области, оказывается на крайне низком уровне.

Высокий интерес школьников и молодежи к различным видам видеоискусства и низкий уровень любительского выполнения видеофильмов, также дает возможность видеостудиям активно развиваться в условиях высококонкурентной среды через предоставление всем желающим образовательных услуг в области видеоискусства.

Под стратегией развития малого предприятия в области услуг видеоискусства следует понимать программу стратегических решений на период лицензионного соглашения, обеспечивающего его эффективное долгосрочное развитие.

Условиями успешного осуществления такого рода предпринимательской деятельности являются изучение сегментации рынка, изучение спроса на данный вид услуг, наличие необходимой материально-технической базы, создание учебных программ, определение стоимости

учебного курса. Такой род предпринимательской деятельности видеостудии позволит активно развиваться организации в высококонкурентной среде.

Все выше перечисленные методические рекомендации по организации образовательных услуг на базе видеостудии будут полезны начинающим предпринимателям при создании и организации собственного бизнеса в этой области, помогут определиться с основными направлениями профессиональной деятельности видеостудии для развития и процветания в условиях конкурентной среды.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование М: Учебное пособие, 2004. 414 с.
2. Ваганова Н. К., Дымникова А. И. Предпринимательство в культуре: учебное пособие. Спб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2002. 69 с.
3. Виханский О. С., Наумов А. И. Практикум по курсу менеджмент М: Экономистъ, 2004. 288 с.
4. Войтовский С. Б. Основы менеджмента и проектный менеджмент в искусстве. М.: НАМ-ИЗДАТ, 2001. 128 с.
5. Галетова Н. Л. Организация маркетинговой деятельности на рынке образовательных услуг: на примере второго высшего экономического образования: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. эконом. наук (08.00.05) /Галетова Надежда Львовна. М., 2000. 24 с.
6. Гражданский Кодекс РФ статья 2. Вестник гражданского права. 2007.
7. Калашников И. А. Развитие видеостудии в условиях конкурентной среды» // Музыкальное и художественное образование детей и юношества: проблемы и поиски: материалы девятой всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, соискателей, магистрантов и студентов 23-24 апреля 2016 г., УрГПУ; г. Екатеринбург, 2016.
8. Калашников И. А., Самакаева М. Ю. Образовательная деятельность видеостудии в условиях высококонкурентной среды» //Педагогика и психология: Методика и проблемы практического применения: сборник материалов I Международной научно-практической конференции; под общ. ред. С.С. Чернова. Новосибирск: ЦРНС, 2016. С. 159-168.
9. Короткова Г. К. Формирование и развитие системы управления услугами в сфере культуры (на примере Иркутской области): автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. эконом. наук (08.00.05) / Короткова Галина Константиновна. Хабаровск, 2011. 24 с.

10. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс /пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. 656 с.
11. Крысин Л. П. Новый словарь иностранных слов. М.: Изд-во Эксмо, 2006. 480 с.
12. Куприянова И. Ю., Морозова О. Л. О тактике и стратегии малого бизнеса. Брянск: БГИТА, 2007. 123 с.
13. Максимцов М. М., Горфинкел В. Я. Менеджмент малого бизнеса. М.: Вузовский учебник, 2007. 269 с.
14. Максимцов М. М. Виды стратегий развития для малых предприятий // Управление организацией: как построить свою уникальную. М., 2015. С. 28-35.
15. Менеджмент, маркетинг и экономика образования: учебное пособие / Под ред. А. П. Егоршина, Н. Д. Никандрова. Н. Новгород: НИМБ, 2004. 246 с.
16. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // «Российская газета», N 148-149, 06.08.1998.
17. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход. СПб. : Питер, 2001. 342 с.
18. Панкрухин А. П. Маркетинг: учебник. 3-е изд. М.: Омега-Л, 2005. 656 с.
19. Петрова А. Н. Стратегический менеджмент. СПб: Вузовский учебник, 2005. 496 с.
20. Платонова Ю. Ю. Маркетинг образовательных услуг как инструмент обеспечения конкурентоспособности государственного вуза: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. пед. наук (13.00.01) / Платонова Юлия Юрьевна. СПб.: 1998. 24 с.
21. Основы маркетинга /пер. с англ., общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. М.: Новое знание, 1990. 234 с.

22. Синицина Е. А. Процедура регистрации предприятий малого и среднего бизнеса в качестве ИП и ООО // Бухгалтерский учет и налоги в торговле и общественном питании. 2012. N 4. С. 29 - 39.

23. Скориченко Н. Н. Организация маркетинговых исследований в сфере услуг: на примере города Тольятти: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. эконом. наук (08.00.05) / Скориченко Наталья Николаевна. М., 2011. 24 с.

24. Тульчинский Г. Л., Щекова Е. Л. Маркетинг в сфере культуры: учебное пособие. СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2009. 496 с.

25. Тульчинский Г. Л. Менеджмент в сфере культуры: учебное пособие. СПб. : Лань; Планета музыки, 2009. 544 с.

26. Фомина С. Ю. Маркетинг образовательных услуг при подготовке востребованных специалистов в регионах России: автореф. дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05. Волгоград, 2008. 22 с.

27. Хасси Д. Стратегия и планирование. СПб.: Питер, 2001. 418 с.

Электронные ресурсы

28. Абабков Ю.Н. Современные технологии маркетинга на рынке образовательных услуг [Электронный ресурс]: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tehnologii-marketinga-na-rynke-obrazovatelnyh-uslug>

29. Бизнес журнал для малого и среднего бизнеса. [Электронный ресурс]: URL: <http://b-mag.oskolnews.ru/art.php?vid=9&aid=3>

30. Видео студия «Мастер» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.master.ural.ru/>

31. Видео студия «РАДА-Студия» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.xn----7sbapcy4cmjk8k.xn--p1ai/>

32. Видео студия «ТСК» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.tck-com.ru/>

33. Видеостудия «DeltaVision» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nado-video.ru/>
34. Видеостудия «Pr-video» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pr-video.com/>
35. Видеомастерская «Zakadrom» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gifted.ru/info/39>
36. Зеркальные камеры «Canon» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.canon.ru/for_home/cameras/digital_eos_5d_mark_iii/
37. Зеркальные камеры «Canon» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.canon.ru/for_home/product_cameras/digital_eos_650d/
38. Итоги фестиваля документального кино «Россия» [Электронный ресурс]: <http://www.rg.ru/2015/10/06/dokfilmi-site.html>
39. «Киноклуб» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dm-centre.ru/kinoclub>
40. Кинокомпания «Киногород» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://kinogorod-company.com/>
41. Объективы «Canon» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.canon.ru/lenses/ef-16-35mm-f-2-8l-ii-usm-lens/>
42. Объективы «Canon» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.canon.ru/lenses/ef-70-200mm-f-4l-is-usm-lens/>
43. Объективы «Canon» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.canon.ru/lenses/ef-50mm-f-1-4-usm-lens/>
44. Петличный микрофон «Lavalier» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.audio-technica.com/cgi-bin/product>
45. Постановление от 15 августа 2013 г. № 706 ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПРАВИЛ ОКАЗАНИЯ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://rg.ru/2013/08/23/uslugi-dok.html>
46. Проектор «Acer» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.acer.com/ac/ru/RU/content/home>

47. Программное обеспечение [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.adobe.com/ru/products/premiere.html>
48. РГППУ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rsvpu.ru/>
49. Свет накамерный «Yongnuo» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.yongnuorussia.com/catalog/nakamernyy-svet-svetodiodnyy-yongnuo-yn-160-iii-led-3200-5500k-066266.html>
50. Стедикам Green Bean [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gbvideo.ru/search/index.php?q=STAB+600+&s>
51. Стили и направления искусства [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nastino.ru/o-zhivopisi/stili-i-napravleniya-izobrazitelnogo-iskusstva>
52. Творческий союз «Акцент» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://alexkinoman.net/video/desyat-zapovedey-montazha/>
53. УрГПУ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.uspu.ru/>
54. ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН ОБ ОБРАЗОВАНИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ от 23.07.2013 № 203-ФЗ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.zakonrf.info/zakon-ob-obrazovanii-v-rf/>
55. «Школа телевидения» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://videoforme.ru/faculty/tvschool-ekaterinburg>
56. Штативы «Manfrotto» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.manfrotto.com.ru>

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1

Штатив Manfrotto 718B



Приложение 2

Стедикам Green Bean STAB 600



Накамерный свет светодиодный Yongnuo YN-160 III LED 5500



Lavalier JJC SGM-38 – всенаправленный универсальный микрофон



Компактный проектор Acer X113PH DLP

